

**Rekabet Kurumu Başkanlığından,
REKABET KURULU KARARI**

Dosya Sayısı : 2011-3-152 (Devralma)
Karar Sayısı : 11-44/984-331
Karar Tarihi : 3.8.2011

A. TOPLANTIYA KATILAN ÜYELER

10 **Başkan** : Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI
Üyeler : İsmail Hakkı KARAKELLE, Doç. Dr. Cevdet İlhan GÜNAY, Reşit GÜRPINAR, Prof. Dr. Metin TOPRAK

B. RAPORTÖRLER: Ümit GÖRGÜLÜ, İmren SEYRANTEPE

**C. BİLDİRİMDE
BULUNAN**

20 :- Shaya Mağazacılık A.Ş.
Av. Esin TABOĞLU YURTAL, Av. Safiye ARİFAĞAOĞLU
Taboğlu & Demirhan Ortak Avukat Bürosu
Levent Cad. No:9 34330 Beşiktaş / İstanbul

D. TARAFLAR :- Retail International Company W.L.L.
P.O. Box 26910, Adiliya, BAHREYN

- Kamil Özçoban Giyim San. Yatırım ve Tic. A.Ş.
Ayazağa Mahallesi Cendere Yolu No:3 İstanbul

30 **E. DOSYA KONUSU:** Retail International Company W.L.L. ile Kamil Özçoban Giyim San. Yatırım ve Tic. A.Ş.'nin ortak kontrolünde Shaya Park Bravo Mağazacılık A.Ş. unvanlı bir ortak girişimin kurulması işlemine izin verilmesi talebi.

40 **F. DOSYA EVRELERİ:** Kurum kayıtlarına 22.6.2011 tarih ve 4641 sayı ile giren ve en son 19.7.2011 tarih ve 5305 sayılı yazı ile eksiklikleri tamamlanan bildirim üzerine, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 7. maddesi ile 2010/4 sayılı "Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ" in ilgili hükümleri uyarınca yapılan inceleme sonucu düzenlenen 22.7.2011 tarih ve 2011-3-152/Öİ-11-178.UG sayılı Birleşme/Devralma Ön İnceleme Raporu, 26.7.2011 tarih ve REK.0.07.00.00-120.01.05/247 sayılı Başkanlık Önergesi ile 11-44 sayılı Kurul toplantısında görüşülerek karara bağlanmıştır.

G. RAPORTÖRLERİN GÖRÜŞÜ: İlgili Rapor'da özetle; bildirim konusu işlemin,
- Ortak Girişim anlaşmasının taraflar arasındaki veya taraflarla Ortak Girişim arasındaki rekabeti sınırlayan amaç ya da etki taşıması nedeniyle menfi tespit belgesi almasının mümkün olmadığı,
- Bununla birlikte söz konusu Ortak Girişim'e 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde öngörülen şartların tamamını karşılaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınmasının uygun olduğu,
sonuç ve kanaatine ulaşıldığı ifade edilmektedir.

H. İNCELEME VE DEĞERLENDİRME

H.1.Taraflar (Ortak Girişim Kurucuları)

H.1.1. Retail International Company W.L.L. (AlShaya)

AlShaya Grubu'nun kontrolünde olan AlShaya'nın Mısır, Katar, Rusya, Slovakya, Çek Cumhuriyeti ve Türkiye gibi birçok ülkede çeşitli alanlarda faaliyeti bulunmaktadır. Şirketin ortaklık yapısı Tablo 1'de sunulmuştur:

60 Tablo 1. AlShaya Hissedarlık Yapısı

Pay Sahibi	Hisse Oranı (%)

Kaynak: Bildirim Formu

AlShaya'nın Türkiye'de Shaya Mağazacılık A.Ş. ve Shaya Kahve Sanayi ve Ticaret A.Ş. unvanlarıyla faaliyet gösteren iki adet iştiraki bulunmaktadır. AlShaya'nın anılan iştirakleri aracılığıyla Türkiye'de perakende satış ve pazarlamasını yürüttüğü markalar aşağıda sunulmaktadır:

- Kozmetik ürünler alanında:

- 70
- The Body Shop: The Body Shop markası İngiliz menşei olan bir kozmetik, cilt bakımı ve parfümeri mağazasıdır. The Body Shop, tek bir marka altında kozmetik ve bakım ürünleri üretilip perakende olarak satılmaktadır. The Body Shop'un tüm ürünleri dünyanın farklı bölgelerinden sağlanan doğal malzemelerden oluşmakta ve hayvanlar üzerinde test edilmeden üretilmektedir. The Body Shop ürünleri, Türkiye'de, sadece franchise alan konumundaki Shaya Mağazacılık A.Ş. tarafından pazarlanmaktadır. Türkiye'de 30 adet The Body Shop mağazası bulunmaktadır. The Body Shop markasının sahibi olan The Body Shop International Plc. 2006 yılında L'Oréal SA tarafından devralınmıştır (7.6.2006 tarih ve 06-41/515-136 sayılı Rekabet Kurulu kararı). Tarafların ifadeleri doğrultusunda Türkiye'deki faaliyetleri bakımından The Body Shop markalı ürünlerin fiyatlarının belirlenmesi, perakende
- 80
- mağazalarının seçilmesi ve benzeri konuların AlShaya'nın kontrolünde olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla The Body Shop markasının Türkiye'deki faaliyetlerine yönelik olarak L'Oréal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin herhangi bir katılımı ya da bağlantısı bulunmamaktadır.

- Hazır giyim ve aksesuar alanında:

- 90
- Claire's: Dünyanın en büyük aksesuar zincirlerinden biri olan markanın Türkiye'de 14 mağazası bulunmaktadır.
 - Debenhams: Çok katlı-büyük mağazacılık alanında faaliyet gösteren markanın Türkiye'de 1 mağazası bulunmaktadır.
 - Dorothy Perkins: Türkiye'de toplam 4 mağazası bulunan bir markadır. Anılan mağazalarda günlük giysiler, abiye kıyafetler, iş takımları, hamilelere özel koleksiyon, aksesuarlar ve iç çamaşırı gibi ürünler satılmaktadır.
 - Evans: Türkiye'de toplam 3 mağazası bulunmaktadır. Evans mağazalarında abiye giysiler, günlük giyim, iç çamaşırı ve aksesuar gibi ürünler satılmaktadır.
 - Miss Selfridge: İngiliz menşei bir kadın giyim mağazasıdır. Markanın Türkiye'deki mağaza sayısı 2'dir.

11-44/984-331

- Topshop: İngiliz menşeli bir kadın giyim mağazasıdır. Türkiye'deki toplam mağaza sayısı 5'tir.
- Topman: İngiliz menşeli bir erkek giyim mağazasıdır. Türkiye'deki toplam mağaza sayısı 2'dir.
- Payless: Amerikan menşeli bir ayakkabı mağazasıdır. Türkiye'de toplam 2 mağazası bulunmaktadır.

- Gıda alanında:

- Le Pain Quotidien: Belçika menşeli kafe/restoran markası altında Türkiye'de 3 kafe/restoranı mevcuttur.

AlShaya'nın 2010 yılı dünya cirosu yaklaşık olarak'dir. AlShaya'nın Türkiye'de kurulu grup şirketi olan Shaya Mağazacılık A.Ş.'nin 2010 yılı cirosu ise'dir.

H.1.2. Kamil Özçoban Giyim San. Yatırım ve Tic. A.Ş. (Park Bravo)

Özçoban Grubu'nun kontrolünde olan Park Bravo ayakkabı ve kıyafet alım, satım ve pazarlaması ile yiyecek dışı ürün perakendeciliği alanında faaldir. Şirketin ortaklık yapısına Tablo 2'da yer verilmiştir:

Tablo 2. Park Bravo Hissedarlık Yapısı

Pay Sahibi	Hisse Oranı (%)

Kaynak: Bildirim Formu

Park Bravo'nun 2010 yılı cirosu TL'dir. Park Bravo Grup şirketleri; Folk Giyim Sanayi İmalat ve Ticaret Ltd. Şti., Park Bravo Dış Ticaret A.Ş., Bikini Giyim ve Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş., Inglot Kozmetik ve Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. (Inglot) ve Zeka Giyim Sanayi İmalat ve Ticaret A.Ş.'dir. Park Bravo'nun anılan iştirakleri aracılığıyla Türkiye'de perakende satış ve pazarlamasını yürüttüğü markalar aşağıda sunulmaktadır:

- Kozmetik ürünler alanında

- Inglot: Polonya menşeli Inglot markası, dermatolojik olarak test edilmiş rujlar, ojeler, göz farları, göz kalemleri, allıklar ve pudralar gibi makyaj ürünleri üretmektedir. Inglot, Türkiye makyaj ürünleri piyasasına Park Bravo Grup ile 2007 yılında girmiştir. Markanın toplam 13 mağazası bulunmaktadır.

- Hazır giyim ve aksesuar alanında:

- La Senza: La Senza Kanada asıllı olan bir iç giyim markasıdır Şirket 2007 yılında ABD perakende şirketi Limited Brands, Inc. (LB) tarafından satın alınmıştır. La Senza Mağazasında satılan La Senza markalı iç giyim, gecelik ve ev giyimi ürünleri farklı ülkelerde farklı tedarikçiler tarafından üretilmektedir. La Senza markalı ürünler Türkiye'de sadece Park Bravo Grup şirketlerinden Bikini Giyim Kozmetik ve Tic.

- 140 A.Ş. tarafından açılmış olan 24 La Senza mağazasında ve 5 Park Bravo Grup outlet mağazasında satılmaktadır.
- Nine West: Amerikan menşeli bir bayan ayakkabı, çanta ve aksesuar markasıdır. 1997 yılında Park Bravo Dış Tic. A.Ş ile Türkiye'ye giriş yapan markanın, Nine West dışında Enzo Angiolini ve AK Anne Klein markalı mağazaları da bulunmaktadır. Türkiye'de 39 Nine West, 2 Enzo Angiolini, 1 AK Anne Klein ve 19 departman mağaza reyonu olmak üzere toplam 61 satış noktası bulunmaktadır.
 - Kenneth Cole: Amerikan menşei olan, kadın ve erkek ayakkabı, çanta, giyim ve aksesuar mağazasıdır. Türkiye'de toplam 3 mağazası bulunmaktadır.
 - Park Bravo: 1970 yılında Kamil Özçoban tarafından kurulan Türk menşei bir kadın hazır giyim markasıdır. Türkiye'de 46 Park Bravo mağazası, 3 Park Bravo bayii ve yurt dışında da 6 Park Bravo mağazası bulunmaktadır.
- 150

H.2. İlgili Pazar

H.2.1. İlgili Ürün Pazarları

160 Kurulması planlanan Ortak Girişim ile Bath and Body Works, VS TNT (Victoria's Secret Beauty), Pink ve Victoria's Secret markalı ürünlerin Türkiye sınırları içerisinde pazarlanması amaçlanmaktadır. Söz konusu markaların Türkiye'deki satış ve dağıtımını için münhasır lisans hakkı halihazırda taraflardan AISHaya'nın elinde olmakla birlikte, markalar ABD perakende şirketi LB'ye ait olup kısaca "LB Markaları" olarak anılabilecektir. Bu markalar kapsamında kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünleri ile kozmetik ürünleri yer almaktadır.

170 Taraflardan AISHaya Türkiye'de kozmetik ürünler alanında faaliyet gösteren "The Body Shop" markasının distribütörlüğünü yürütmektedir. Park Bravo ise kozmetik ürünler ve kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünleri alanında faaliyet gösteren "La Senza" markası ile sadece kozmetik ürünler alanında faaliyet gösteren "Inglot" markasının distribütörüdür.

Bu kapsamda etkilenen pazarın tespiti için öncelikle "kadın iç giyim, pijama ve gecelik pazarı" ve "kozmetik ürünler pazarı" olarak iki ayrı ana ürün pazarı tanımlanması gerekmektedir. Ürün çeşitleri bakımından birçok alt pazara ayrılabilen kozmetik sektöründeki ürünleri genel olarak yüz ve vücut bakım ürünleri, şampuanlar, makyaj ürünleri, parfümler ve deodorantlar olarak ifade etmek mümkündür. Bu ayırım çerçevesinde tarafların ve Ortak Girişim'in çakışan faaliyetlerine ilişkin bilgi aşağıda sunulmaktadır:

Tablo 3. Taraflar ve Ortak Girişim'in Çakışan Faaliyet Alanları

	AISHaya	Park Bravo		Ortak Girişim (LB Markaları)
	(The Body Shop)	(La Senza)	(Inglot)	
Yüz ve vücut bakım ürünleri	x	x		x
Parfüm ve deodorantlar	x	x		x
Makyaj ürünleri	x	x	x	x
Kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünleri		x		x

180 Kozmetik ürünler satış kanalları açısından değerlendirildiğinde, harcıalem kozmetik ürünler (*mass*) ve seçici kozmetik ürünler (*selective*) olarak ikiye ayrılmaktadır.

190 Harcİalem kozmetik ürünler hipermarketler, süpermarketler gibi alışıl gelmiş perakende kanallarıyla satışı yapılabilen, daha az karmaşık formülasyona sahip, daha az maliyetli ambalajlarda ve tüketiciye yönelik sınırlı hizmetle sunulan ürünlerken; seçici kozmetik ürünleri farklılaştırılmış özel niteliklere sahip ve bu nedenle tüketiciye yönelik hizmetin önem kazandığı, yoğun bir şekilde satış artırıcı çaba gerektiren, ürünün satışı sırasında özel eğitimli personelin görevlendirildiği, kişiye uygun ürünün belirlenmesi için çeşitli cihazlar ve ürünün lüks imajının korunması amacıyla farklı ambalaj ve satış noktası teşhir malzemelerinin kullanıldığı ve pahalı marka prestiji altında satılan ürünlerdir. Harcİalem ürünler ile seçici ürünler arasındaki farklılık sadece ürünlerin müşteri ile buluştuğu noktalar bakımından değil, ürün teşhiri ve fiyatları, pazarlama stratejileri, marka imajı gibi başka alanlarda da ortaya çıkmaktadır.

200 Bu noktada belirtmek gerekir ki The Body Shop, Inglot ve La Senza markalı kozmetik ürünlerinin pazar paylarının harcİalem ya da seçici şeklinde bir ayırmadan bağımsız olarak rekabetçi bir endişe doğuracak derecede yüksek olmaması nedeniyle söz konusu dosya özelinde bu türden net bir ayırma gerek görülmemiştir. Esasında, Ortak Girişim tarafından Türkiye'ye getirilecek olan LB markaları aslen kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünlerine odaklanan markalar olup LB markalı kozmetik ürünleri ikincil nitelikte ürünler olarak pazara sunulmaktadır. Ayrıca, hem tarafların hem de Ortak Girişim'in faaliyet gösterdiği ürün gruplarına ilişkin olarak harcİalem ya da seçici şeklindeki ayırımın dışında da çok sayıda alt pazar tanımı yapılması mümkündür. Ancak dosya özelinde tarafların rekabetçi endişe doğuracak pazar paylarının bulunmaması nedeniyle, incelemenin bu türden alt pazar tanımlarından ziyade "yüz bakım ürünleri", "vücut bakım ürünleri", "makyaj ürünleri", "parfüm ve deodorantlar" ve "kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünleri" pazarları temelinde yürütülmesinin uygun olduğu kanaatine varılmıştır.

210

H.2.2. İlgili Coğrafi Pazar

Ortak Girişim'in faaliyet göstereceği pazarlarda rekabet koşullarında bölgeler bazında belirgin farklılıklar bulunmamaktadır. Söz konusu pazarlarda bölgeler arası giriş engellerinin bulunmadığı ve arz kaynaklarına ulaşma, üretim, dağıtım, pazarlama ve satış şartlarının bölgesel farklılıklar göstermediği dikkate alınarak, ilgili coğrafi pazar "Türkiye" olarak belirlenmiştir.

H.3. Yapılan Tespitler ve Hukuki Değerlendirme

220

Taraflar 2.6.2011 tarihinde Shaya Park Bravo Mağazacılık A.Ş.adlı Ortak Girişim'in kurucu sözleşmesini (Hissedarlar Sözleşmesi) imzalamışlardır. Rekabet Kurulu'nun onayı ile birlikte söz konusu sözleşme doğrultusunda hazırlanacak Ana Sözleşme, şirket kuruluş prosedürü çerçevesinde noter önünde de imzalanacak ve bu şekilde İstanbul Ticaret Sicili'nde tescil ve ilan edilecektir.

230ticari sır..... AlShaya ve Park Bravo, LB markalı ürünlerinin Türkiye'de alımı, satımı ve pazarlanmasını üstlenmek amacıyla Ortak Girişim kurmayı hedeflemektedir.

.....ticari sır.....

H.3.1. 2010/4 sayılı Tebliğ Kapsamında Değerlendirme

240 2010/4 sayılı Tebliğ'in 5. maddesinin (3) bendine göre; "Bağımsız bir iktisadi varlığın tüm işlevlerini kalıcı olarak yerine getirecek bir ortak girişim oluşturulması" birleşme veya devralma sayılan hallerden kabul edilmektedir. Bu tanım çerçevesinde bir ortak girişimin 2010/4 sayılı Tebliğ kapsamında birleşme ve devralma sayılabilmesi için ortak kontrol altında bir teşebbüsün bulunması ve ortak girişimin bağımsız bir iktisadi varlık olarak ortaya çıkması şeklinde iki unsurun birlikte gerçekleşmesi gerekmektedir.

- Ortak Kontrol

İşlem sonrası Shaya Park Bravo Mağazacılık A.Ş. unvanlı Ortak Girişim'de AlShaya A Grubu hissedar, Park Pravo B Grubu hissedar konumunda olacaktır. Ortak Girişim'in hissedarlık yapısına Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. Shaya Park Bravo Mağazacılık A.Ş. Hissedarlık Yapısı

Pay Sahipleri	Grup	Hisse Oranı (%)	Hisse Adedi

Kaynak: Bildirim Formu

250

Hissedarlar Sözleşmesi'nin "*Şirket Yönetimi*" başlıklı 6. maddesi uyarınca Ortak Girişim'in Yönetim Kurulu A Grubu hissedarlarca tayin edilen 2 ve B Grubu hissedarlarca tayin edilen 2 olmak üzere toplam 4 kişiden oluşacaktır. Yönetim Kurulu kararları en az 3 üyenin olumlu oyuyla kabul edilecektir. Yönetim Kurulu Başkanı'nın herhangi bir belirleyici oya sahip olamayacağı da anılan maddede açıkça düzenlenmiştir. Buna ilaveten anılan maddede daima Yönetim Kurulu tarafından karara bağlanacak konular da sayılmıştır. Bu konular arasında iş planı ve yıllık bütçenin onaylanması da yer almaktadır. Anılan hükümlerden Ortak Girişim üzerinde AlShaya ve Park Bravo'nun ortak kontrole sahip olacağı görülmektedir.

260

Bunlara ilaveten aynı maddede Yönetim Kurulu'nun belirli yetki ve sorumlulukları 3'ü A Grubu hissedarları 3'ü B Grubu hissedarları temsil eden toplam 6 üst düzey yöneticiden oluşan bir Yürütme Kurulu'na devredebileceği düzenlenmiştir. Yürütme Kurulu kararlarını oybirliğiyle alacak olup Yönetim Kurulu'nun kararlarıyla ihtilafa düşen herhangi bir karar alamayacaktır. Buna ilaveten aynı maddede sayılan daima Yönetim Kurulu tarafından karara bağlanacak konulara ilişkin kararlar Yürütme Kurulu'na devredilemeyecektir. Şöyle ki, Yürütme Kurulu, Yönetim Kurulu'nun genel denetim ve talimatlarına uygun olarak, iş planı ve Yönetim Kurulu tarafından herhangi bir zamanda onaylanmış başka herhangi bir yıllık ve cari iş planı ya da harcama planı dahilinde çalışacaktır. Dolayısıyla, söz konusu hükümlerin, Ortak Girişim üzerinde AlShaya ve Park Bravo'nun ortak kontrolünün bulunması konusunda herhangi bir değişiklik yaratmadığı anlaşılmaktadır.

270

- Bağımsız İktisadi Varlık Olma

Ortak girişimin iktisadi bağımsızlığının ölçütü, faaliyet gösterdiği pazarda bağımsız bir aktör olarak davranıp davranmadığıdır. Eğer ortak girişim ar-ge, satış, üretim gibi ana

280 teşebbüslerinin sadece bazı fonksiyonlarını yerine getiriyorsa bağımsız bir iktisadi varlık, bir başka deyişle tam işlevsel olarak kabul edilmemektedir. Ortak girişimin anlaşmada yer alan ticari faaliyetlerini sürekli bir biçimde yürütebilmesi için, günlük faaliyetlerini sürdüren bir yönetime; mali, personel, taşınır ve taşınmaz malvarlıklarını da içeren yeterli kaynaklara sahip olması gereklidir.

Buna ek olarak ortak girişimin bağımsız bir varlık olarak ortaya çıkabilmesi için ticari kararlarını özgürce alabilmesi, başka bir ifadeyle pazar stratejilerini kurucularından bağımsız olarak belirleyebilmesi gerekmektedir. Ortak girişim şirketinin ticari faaliyetlerinin büyük bir kısmını kurucu şirketlerle gerçekleştirmesi ya da kurucu şirketlerin ortak girişimle aynı pazarda veya alt/üst pazarlarda faaliyet göstermesi halinde ortak girişim şirketinin ticaret politikalarını bağımsızca belirlemesi söz konusu olamayacaktır.

290 Hissedarlar Sözleşmesi'nin "*Şirketin Finanse Edilmesi*" başlıklı 4.3. maddesinde Ortak Girişim'in sahip olacağı mali kaynaklarına ilişkin ayrıntılı düzenlemeler yer almaktadır. Örneğin, bu maddede ilk 10 mağaza için sabit varlıklar, işletme sermayesi ve diğer finansman gereksinimlerinin taraflarca sözleşmenin yürürlük tarihi ya da öncesinde mutabık kalınacak bir iş planı çevresinde sağlanacağı açıkça düzenlenmiştir. Aynı sözleşmenin 4.4.1. maddesinde Ortak Girişim'in LB Markalı ürünlerin satışına ilişkin olarak perakende alanları tespit edip kiraladıktan sonra dekore edip donatacağı belirtilmiştir. Tarafların mutabakata varması şartına bağlı olarak halihazırda Park Bravo ve/veya AlShaya tarafından sahip olunan veya 300 kiralanan mağazaların da tüm kira sözleşmeleri ve kiralanan varlık haklarıyla birlikte Ortak Girişim'e devri de söz konusu olabilecektir. Bu mağazalara ilişkin olarak Ortak Girişim'e alt lisans verilmeyeceği, mağazaların bütünüyle devredileceği de anılan maddede açıkça düzenlenmektedir. Hissedarlar Sözleşmesi'nin "*Günden Güne Yönetim*" başlıklı 6.4. maddesinde ise Ortak Girişim'in sahip olacağı yönetime dair detaylı düzenlemeler yer almaktadır. Aynı madde de Ortak Girişim CEO'sunun (Chief Executive Officer) şirketin günden güne yönetimi için gerekli personeli tayin etmekte görevli olduğu belirtilmiştir. Söz konusu personelin Ortak Girişim namına münhasıran çalışacağı, Park Bravo ya da herhangi bir bağlı şirketiyle ilişkisinin bulunmayacağı da aynı maddede belirtilmiştir.

310 Ortak Girişim'in kurulması sonrası faaliyet konusunu oluşturan markalara ilişkin olarak ABD perakende şirketi LB ile Ortak Girişim arasında bir Franchise Sözleşmesi imzalanacaktır. Söz konusu faaliyetin halihazırda Park Bravo tarafından yürütülen La Senza markalı ürünlerin satış ve dağıtımına ilişkin faaliyete birebir benzerlik arz edeceği anlaşılmaktadır. Taraflarca, La Senza markalı ürünlerin gümrükten çekildikten sonra,ticari sır..... Bu açıklamalardan Ortak Girişim tarafından yürütülecek LB markalı ürünlerin satış ve dağıtımına ilişkin faaliyetin gerektirdiği kaynaklara ilişkin fikir edinilebilmektedir. Ortak Girişim'in faaliyetleri bakımından perakende mağazalarının kiralınması ve işletilmesinin önemli olduğu, bu 320 faaliyeti yürütebilmek için yeterli kaynağa sahip olacağı ve bağımsız bir iktisadi varlık olarak faaliyet göstereceği kanaati oluşmuştur. Nitekim Ortak Girişim ile taraflar arasında bazı pazarlara ilişkin olarak bir çakışma söz konusu olmasına rağmen, Ortak Girişim'e ait ürünlerin taraflara ait mağazalarda değil, Ortak Girişim'in kendisi tarafından kiralınmış ya da devralınmış ve münhasıran satışı yapılacak markalara ait olan mağazalarda satışa sunulacak olması ile taraflarla Ortak Girişim arasında yeniden satışa ilişkin dikey bir ilişki öngörülmemiş olması gibi hususlar Ortak

Girişim'in faaliyetlerinin taraflarca yürütülmeyeceğine ve Ortak Girişim'in ticaret politikalarını kurucu şirketlerden bağımsız olarak belirleyebileceğine işaret etmektedir.

330

Tarafların ortak kontrolünde kurulması planlanan Ortak Girişim'in 2010/4 sayılı Tebliğ'in anılan hükümleri çerçevesinde iki unsuru da sağladığı anlaşıldığından, anılan işlem, 2010/4 sayılı Tebliğ kapsamında bir ortak girişim işlemidir.

Diğer yandan, 2010/4 sayılı Tebliğ'in 7. Maddesinin (1) bendine göre bir birleşme veya devralmanın Rekabet Kurulu iznine tabi olabilmesi için "işlemin taraflarının Türkiye ciroları toplamının yüz milyon TL'yi ve işlem taraflarından en az ikisinin Türkiye cirolarının ayrı ayrı otuz milyon TL'yi " veya "işlem taraflarından birinin dünya cirosunun beş yüz milyon TL'yi ve diğer işlem taraflarından en az birinin Türkiye cirosunun beş milyon TL'yi" aşması gerekmektedir.

340

Aynı Tebliğ'in 5. maddesinin (3) bendine göre ortak girişim işlemlerinde, işlem taraflarının her biri devralan olarak kabul edilmektedir. Taraflarca sunulan ciro bilgilerine göre, Park Bravo'nun 2010 yılı Türkiye cirosu'dir. AlShaya'nın Türkiye'de kurulu grup şirketi olan Shaya Mağazacılık A.Ş.'nin 2010 yılı cirosu ise'dir. Bu çerçevede, işlem taraflarının Türkiye ciroları toplamının yüz milyon TL'yi ve işlem taraflarından en az ikisinin Türkiye cirolarının ayrı ayrı otuz milyon TL'yi aşması nedeniyle işlem Rekabet Kurulu iznine tabidir.

350

H.3.2. İşlemin Rekabet Üzerine Etkilerine İlişkin Değerlendirme

Tarafların ortak girişimin faaliyet gösterdiği ilgili ürün pazarında aktif olmaları ve ana teşebbüslerin ortak girişimin faaliyet göstereceği ilgili ürün pazarındaki tüm faaliyetlerini ortak girişime devretmemeleri bağımsız teşebbüsler arasında rekabetçi davranışların koordinasyonu riskini ortaya çıkarmaktadır. Ancak ana teşebbüslerden sadece birinin ilgili ürün pazarındaki faaliyetlerine devam etmesi halinde koordinasyon riskinin oluşmayacağı kabul edilmektedir.

360

Ortak Girişim'in faaliyet alanı esas olarak kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünlerinin satış ve pazarlamasına odaklı perakende mağazaların kurulması ve işletilmesidir. İşlem sonrası "Kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünleri" pazarında ana teşebbüslerden sadece Park Bravo, Ortak Girişim'e devredilmemesi durumunda La Senza markası ile faaliyetini sürdürebilecektir. Dolayısıyla bu pazar bakımından halihazırda Ortak Girişim ile ana teşebbüslerden sadece biri aynı pazarda faaliyet göstermektedir.

370

Ancak, Ortak Girişim'e ait söz konusu mağazalarda LB markalı yüz ve vücut bakım ürünleri, parfüm ve deodorantlar ile birtakım makyaj ürünleri de satışa sunulacaktır. Bu ürünler halihazırda ana teşebbüslerden AlShaya tarafından The Body Shop markasıyla; Park Bravo tarafından La Senza ve Inglot markalarıyla satışa sunulmaktadır. İşlem sonrası bu yapının bu şekliyle devam edebileceği, en azından makyaj ürünleri bakımından The Body Shop, Inglot ve Ortak Girişim markalarının her şartta aynı pazarda faaliyet göstermeye devam edeceği anlaşılmaktadır.

380 Öte yandan Hissedarlar Sözleşmesi'nde Ortak Girişim'in tarafları olan AISHaya ve Park Bravo arasında ya da taraflar ile Ortak Girişim arasında rekabeti ortadan kaldıracak, rekabet etmemeye ya da münhasır alım satıma dair herhangi bir hüküm bulunmamaktadır. Her halde kurucu şirketlerin Ortak Girişim ile aynı ilgili ürün pazarlarında faaliyete devam edecek olması, Ortak Girişim'in taraflar arasında rekabetçi davranışların koordinasyonuna yönelik önemli bir risk unsuru taşımaktadır. Bu sebeple bildirim konusu Ortak Girişim'in 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir

H.3.2.1. Menfi Tespit Değerlendirmesi

390 Ortak Girişim kurulmasına ilişkin işlemin incelenmesi neticesinde yukarıda da ayrıntılı olarak açıklandığı üzere, söz konusu Ortak Girişim anlaşmasının taraflar arasındaki veya taraflarla ortak girişim arasındaki rekabeti sınırlayıcı amaç ya da etki taşıması nedeniyle menfi tespit belgesi alması uygun değildir.

H.3.2.2. Bireysel Muafiyet Değerlendirmesi

4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde belirtilen iki olumlu, iki olumsuz koşulun birlikte karşılanması halinde Kurul'un teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının 4. madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına karar verebileceği düzenlenmiştir.

400 - Malların üretim veya dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması

Dosya mevcudu bilgi ve belgelere göre, incelemeye konu Ortak Girişim ile birlikte aralarında dünyaca ünlü bir markanın da bulunduğu LB markalı ürünlerin Türkiye pazarına etkin bir şekilde girişi sağlanmış olacaktır. LB Markalı ürünler hem kozmetik ürünler pazarına, hem de kadın iç giyim, gecelik ve pijama pazarına yönelik sunulacak olan kaliteli ürünler ile piyasaya yenilik getirmeyi hedeflemektedir. Ortak Girişim ile tarafların anılan pazarlara ilişkin perakende satış ve mağazacılık tecrübeleri bir araya getirilecektir. Dolayısıyla, söz konusu koşulun sağlandığı kanaatine varılmıştır.

410 - Tüketicinin bundan yarar sağlaması

Taraflar Ortak Girişim ile Türkiye pazarına girecek olan LB markalarının ilgili pazarlarda ürün çeşitliliğini ve markalar arası rekabeti artıracaklarını ve nihayetinde tüketici bakımından olumlu sonuçlar meydana getireceğini ifade etmiştir. Bu öngörüler çerçevesinde bahse konu Ortak Girişim'in Türkiye'de halihazırda bulunmayan markaların ürünlerinin pazara sunulmasının sağlanması bakımından tüketici açısından yararlı olacağı kanaati oluşmuştur.

420 - İlgili piyasanın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması

Gerek her iki ana teşebbüsün gerekse Ortak Girişim'in faaliyet gösterdiği "yüz bakım ürünleri", "vücut bakım ürünleri", "makyaj ürünleri" ve "parfüm ve deodorantlar" şeklinde ifade edilebilecek ürün gruplarına ilişkin olarak dikkati çeken ilk husus anılan pazarlarda çok sayıda hem markalı hem de markasız ürünün satışa sunulmakta olmasıdır. Ortak Girişim ile ana teşebbüslerden sadece birinin faaliyet gösterdiği "kadın iç giyim, pijama ve gecelik ürünleri" pazarı da bu anlamda benzeri niteliklere sahiptir. Söz konusu pazar çok sayıda oyuncu tarafından paylaşılmış bir yapıdadır.

Taraflarca ana teşebbüslerden Park Bravo'ya ait olan La Senza markalı ürünlerin pazar payının 2010 yılı için %.. civarında olduğu ifade edilmiştir. Dolayısıyla, pazarın bu yapısı nedeniyle Ortak Girişim'in rekabeti önemli ölçüde kısıtlayıcı bir niteliği olmadığı kanaati oluşmuştur.

430

Çok sayıda teşebbüsün faaliyet gösterdiği “yüz bakım ürünleri”, “vücut bakım ürünleri”, “makyaj ürünleri” ve “parfüm ve deodorantlar” pazarlarının üst pazarı olan kozmetik ürünlerine ilişkin önemli oyuncuların pazar paylarına Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. Kozmetik Ürünleri Pazarındaki Önemli Oyuncuların 2010 Yılı Pazar Payları

Şirket Ünvanı	Pazar Payı (%)
Avon Kozmetik Ürünleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	
L'Oreal Türkiye Kozmetik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	
Procter&Gamble Tüketim Malları Sanayi Ltd. Şti.	
Unilever Sanayi ve Ticaret Türk A.Ş.	
Eczacıbaşı- Beiersdorf Kozmetik Ürünler Sanayi ve Ticaret A.Ş.	
Gillette Sanayi ve Ticaret A.Ş.	
Colgate-Palmolive Temizlik Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.	
Evyap Sabun Yağ Gliserin San. ve Tic. A.Ş.	
Oriflame Kozmetik A.Ş.	

Kaynak: Teşebbüs Tarafından Gönderilen Bilgi Yazısı

440

Kozmetik ürünlerine ilişkin üst pazarda taraflardan AISHaya'nın sahip olduğu The Body Shop markalı ürünlerin %.. civarında payı bulunurken, Park Bravo'nun sahip olduğu Inglot ve La Senza markalı ürünlerin pazar payları düşük seviyededir. Ayrıca taraflarca “yüz bakım ürünleri”, “vücut bakım ürünleri”, “parfüm ve deodorantlar” pazarları özelinde taraflarca sunulan pazar payı bilgilerine bakıldığında da Ortak Girişim'in anılan pazarlarda rekabeti önemli ölçüde kısıtlar nitelikte olmadığı anlaşılmaktadır. Şöyle ki, taraflardan AISHaya'nın sahip olduğu The Body Shop markalı ürünlerin “yüz bakım ürünleri”, “vücut bakım ürünleri” pazarlarındaki pazar paylarının %.. civarında, “makyaj ürünleri”, “parfüm ve deodorantlar” pazarlarındaki pazar paylarının ise %..'in altında olduğu görülmektedir. Ana teşebbüslerden Park Bravo'nun sahip olduğu Inglot markalı ürünlerin de “makyaj ürünleri” pazarındaki pazar payının %..'in altında olduğu, La Senza markalı ürünlerin ise anılan pazarlarda ihmal edilebilir pazar paylarına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Anılan pazarlarda tarafların sahip olduğu pazar paylarına bakıldığında her bir ilgili ürün pazarında ana teşebbüslerin sahip olduğu pazar payının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, ilgili ürün pazarlarının önemli bir bölümünde rekabetin kısıtlanmayacağı söylenebilecektir.

450

- Rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçları elde etmek için zorunlu olandan fazla kısıtlanmaması

460

Tarafların işbirliği ile kurulacak Ortak Girişim'in, faaliyet göstereceği ilgili ürün pazarlarının yapısı ve tarafların bu pazarlardaki pazar payları nedeniyle rekabeti kısıtlayıcı bir etki doğurmayacağı kanaati oluşmuştur. Söz konusu pazarlar çok sayıda oyuncunun hem markalı hem markasız olarak faaliyet gösterdiği pazarlar olup kurulacak Ortak Girişim ile yukarıdaki bölümlerde (a) ve (b) bendi başlıkları altında sıralanan amaçları elde etmek için rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmadığı kanaatine varılmıştır.

I. SONUÇ

470 Düzenlenen rapora ve incelenen dosya kapsamına göre, bildirim konusu işleme,

- 1- Ortak Girişim anlaşmasının taraflar arasındaki veya taraflarla Ortak Girişim arasındaki rekabeti sınırlayan amaç ya da etki taşıması nedeniyle menfi tespit belgesi verilemeyeceğine,
- 2- Bununla birlikte 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde öngörülen şartların tamamını karşılaması nedeniyle bireysel muafiyet tanınmasına

OYBİRLİĞİ ile karar verilmiştir.